

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Batasan Masalah	9
1.6 Metoda Penelitian	9
1.7 Alat Penelitian	9

1.8 Rerangka Penelitian	11
1.9 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Ekonomi Kreatif	14
2.1.1 Definisi	14
2.1.2 Industri Kreatif	15
2.1.3 <i>Creative Equation</i>	16
2.2 Layanan Kuliner	17
2.2.1 Definisi	17
2.2.2 Dimensi Kualitas	18
2.2.3 Ukuran Kinerja	20
2.2.4 Perkembangan Bisnis Layanan Kuliner	21
2.3 Manajemen Strategik	22
2.3.1 Definisi	22
2.3.2 Hirarki Strategi	23
2.3.3 Masukan bagi Perencanaan Strategik	25

2.3.4 Tahapan dalam Manajemen Stratejik	25
2.4 Strategi Operasi	29
2.4.1 Definisi	29
2.4.2 <i>Performance Objectives</i>	30
2.4.3 Area-Area Keputusan Operasi	35
2.4.4 <i>Trade-offs</i>	38
BAB III METODA PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Metoda Pengambilan Data	39
3.2.1 Wawancara Mendalam	40
3.2.2 Survei Observasional	41
3.2.3 Dokumen	41
3.3 Metoda Analisis Data	41
3.3.1 Tahap 1: Tahap Masukan – IFE dan EFE	39
3.3.2 Tahap 2: Tahap Pencocokan – Analisis SWOT/TOWS	42
3.3.3 Tahap 3: Tahap Pengambilan Keputusan – QSPM	44

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Waroeng Spesial Sambal	48
4.1.1 Visi dan Misi	48
4.1.2 Struktur Inti	49
4.1.3 Menu dan CSAS	50
4.1.4 <i>Mimpi Konkret 2020</i>	52
4.1.5 Alur Order Menu dan Nilai 5R	59
4.2 Formulasi Strategi	61
4.2.1 Tahap 1: Tahap Masukan	62
a) Matriks Evaluasi Faktor Eksternal (EFE)	63
b) Matriks Evaluasi Faktor Internal (IFE)	63
4.2.2 Tahap 2: Tahap Pencocokan – <i>SWOT/TOWS Matrix</i>	64
4.2.3 Tahap 3: Tahap Pengambilan Keputusan – QSPM	66
4.3 Rekomendasi Rencana Implementasi	71

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan	81
--------------	----

5.2 Implikasi Manajerial	82
5.3 Keterbatasan Penelitian dan Saran bagi Penelitian	
Selanjutnya	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	